

Trabajo Fin de Máster

La aplicación de las industrias culturales y creativas en la protección del patrimonio cultural inmaterial

Autor
Guo Yuting

Director
Pedro Luis Hernando Sebastián

Facultad de Filosofía y Letras
2018/2019

Índice

1. Contexto del proyecto	1
1.1.Antecedentes.....	1
1.2.Finalidad.....	5
1.3.Análisis del entorno.....	5
1.4.Organización gestora.....	7
1.5.Diagnostico transversal.....	8
2. Definición del contenido del proyecto.....	9
2.1.Destinatarios.....	9
2.2.Contenido.....	9
2.3.Objetivos.....	10
2.4.Estrategias.....	11
2.5.Actividades.....	11
3. Producción del proyecto.....	13
3.1.Planificación. Cronograma.....	13
3.2.Organización y recursos humanos.....	15
3.3.Infraestructuras.....	16
3.4.Comunicación.....	17
3.5.Financiación y presupuesto.....	18
4. Proceso de evaluación.....	19

5. Bibliografía.....	20
6. Anexos.....	22

1. Contexto del proyecto

1.1. Antecedentes

Para el presente Trabajo de Fin de Máster he realizado un estudio sobre las industrias culturales y creativas y la protección de patrimonio cultural inmaterial en China.

En la segunda mitad del siglo XX, la protección del patrimonio cultural inmaterial se convirtió gradualmente en un problema internacional. Prueba de ello es que la UNESCO introdujo la Convención para la Protección de la Cultura Inmaterial.

En China, la investigación y protección del patrimonio cultural inmaterial también ha comenzado. Sin embargo, hasta ahora, todavía hay muchas artesanías tradicionales que no se han incluido en la lista del patrimonio cultural inmaterial. La razón es que el patrimonio cultural inmaterial a menudo es una forma de tecnología o proceso de conocimiento aplicable a cada momento. Estas artesanías tradicionales se enfrentan al destino de ser eliminadas con el paso de los nuevos tiempos. Aquellos que desean mantener estas manifestaciones culturales se enfrentan a diferentes problemas. para hacerlo, lo que conduce a la desaparición gradual de este patrimonio. Los proyectos sobre patrimonio cultural inmaterial son difíciles de integrar con la vida moderna, no pueden satisfacer las nuevas necesidades de las personas, ni superar a los

nuevos conceptos culturales. Las capacidades estéticas, los niveles de apreciación, etc. de las personas han sufrido cambios fundamentales, mostrando una cierta tendencia hacia la uniformidad, las corrientes y las modas. Prestar atención a los tiempos es un tema importante en la protección del patrimonio cultural inmaterial.

Además, en China, la protección del patrimonio cultural inmaterial es mucho menor que la protección del patrimonio cultural material, despertando solo un cierto interés por el significado formal. Hay muchas razones para este fenómeno, los problemas del estado en su política de protección, el impacto de los desastres naturales en el patrimonio cultural inmaterial, o la falta de interés por parte del público.

En este trabajo, he analizado principalmente dos cuestiones: la falta de interés del público a la protección del patrimonio cultural inmaterial y la situación del patrimonio inmaterial en nuestro tiempo.

-Las industrias culturales y creativas

Como su nombre indica, es una industria que combina cultura y creatividad. Hay muchas definiciones diferentes del término "cultura". El término "cultura", en un sentido amplio, se refiere a las personas que viven juntas en una sociedad, que tienen hábitos de vida, costumbres y creencias similares. En otro sentido, también significa "arte". Independientemente del concepto que manejemos, la "creatividad" es otro concepto que convive con el de cultura. Esta idea general se define como

"un grupo de actividades que desarrollan y utilizan la creatividad, la tecnología y la propiedad intelectual para producir y distribuir social y culturalmente significativos. Se espera que los productos y servicios se conviertan en un sistema de producción que genere riqueza y empleo ".

La aplicación de las industrias culturales y creativas en los museos comenzó en los países europeos y americanos en la 1950, generalmente en forma de tiendas culturales, también conocidas como “las últimas salas de exposiciones del museo”. Los recuerdos en la tienda llevan la cultura y la filosofía del museo, y debido a su naturaleza popular, práctica y comercial, proporcionan a los visitantes una sensación de satisfacción del consumidor y estimula el interés y el entusiasmo de los visitantes. Al mismo tiempo, también aumenta la exposición de los visitantes a la cultura del museo y amplía aún más la función educativa del museo. Además, al crear ingresos comerciales, el museo también puede lograr un círculo virtuoso de sí mismo y garantizar su sostenibilidad.

- El caso sobre las industrias culturales y creativas del Museo de la Ciudad Prohibida

En 2008 se produjo el establecimiento del Centro Cultural y Creativo del museo de la Ciudad Prohibida. Después de 2016, las industrias culturales y creativas del museo de la Ciudad Prohibida ha provocado un gran impacto social. Una serie de colecciones de réplicas, derivados, recuerdos, publicaciones y aplicaciones digitales han sido bien recibidas.

En los 10 años entre 2008 y 2018, los ingresos de las industrias culturales y creativas aumentaron de 150 millones de yuanes (unos 19 millones de euros) a 1.500 millones de yuanes (unos 190 millones de euros). En 2016, la emisión del documental “Master in Forbidden City” causó un gran revés en la sociedad, pero también atrajo a un gran número de jóvenes a ingresar a la universidad para elegir estudiar la protección de patrimonio cultural y otras especialidades afines.

Los enormes beneficios traídos por las industrias culturales y creativas han hecho que la Ciudad Prohibida, que originalmente era financiada por el estado, produzca beneficios. Estos beneficios se utilizan principalmente para reparar más reliquias y objetos culturales que originalmente estaban almacenadas. Las salas se utilizan para exposiciones y para organizar más eventos culturales.

Basado en el ejemplo, podemos ver los elogios y la aceptación del público respecto a esta forma de comunicación cultural. En la protección del patrimonio cultural inmaterial, también podemos aprender de dicho modelo, atrayendo la atención de las masas promoviendo la causa de la protección del patrimonio cultural inmaterial que carece de atención. La combinación de modelos innovadores y patrimonio inmaterial tradicional inevitablemente producirá buenos resultados.

1.2.Finalidad

Creo que el entorno cultural es un punto muy importante en la protección del patrimonio cultural inmaterial. Por ejemplo, en el festival tradicional chino Dragon Boat Festival, la gente suele realizar algunas actividades características como "comer Zongzi". Este evento ayuda al pueblo chino que conmemora a sus mártires a comprender y aprender sobre su historia y cultura. Sin embargo, cuando nadie conoce el trasfondo cultural detrás de esto, el "come Zongzi" pierde el significado conmemorativo traído por el festival. Y mi propósito es permitir que las personas más comunes que están aprendiendo profesiones relacionadas tengan la oportunidad de comprender estas culturas, difundir la cultura tradicional y comprender el patrimonio cultural inmaterial de una manera que sea más fácil de aceptar para todos.

1.3.Análisis del entorno

Si tomamos los datos globales para ver que tipo de manifestaciones culturales chinas son más demandadas vemos lo siguiente. La categoría de artesanía tradicional representó la mayor proporción (505), representando el 16.08% del número total del patrimonio cultural inmaterial; seguida por el drama tradicional, con 445, representando el 14.17%; el folclore, la música tradicional, el arte popular y la danza folclórica también representaron más. El número total es respectivamente

el 13.54%, 12.48%, 11.62% y 10.48%. Hay relativamente poca literatura popular y ópera popular, representado sólo el 7,23% y el 6,18% del total. La medicina tradicional y las acrobacias, que representan apenas el 4,33% y el 3,89%, respectivamente.

El patrimonio cultural inmaterial nacional forma un tipo estructural caracterizado por la artesanía tradicional y los dramas tradicionales, la medicina tradicional y las acrobacias. La literatura popular, la ópera popular, la medicina tradicional y las acrobacias se basan en el boca a boca o la herencia entre individuos, por lo que es propenso a la pérdida y aparece utilizado en menos proyectos

La distribución del patrimonio cultural inmaterial de China ha formado dos áreas de alta densidad, tres áreas de secundaria densidad y varias pequeñas. Entre ellos, hay dos áreas de alta densidad, una con Beijing-Tianjin-Hebei como núcleo, que irradia tres provincias de Hebei, Shandong y Tianjin; la otra con el Delta del río Yangtze como núcleo, que irradia cuatro provincias de Shanghai, Jiangsu, Anhui y Zhejiang.

Debido a la expansión de los distintos núcleos de población y la reubicación de los herederos de las tradiciones, el patrimonio cultural inmaterial se extiende y se fusiona entre sí para formar una distribución compleja. Además, las áreas relativamente cerradas y las áreas fronterizas provinciales a menudo producen culturas especiales, evitando el impacto de las culturas extranjeras, mientras que las vastas áreas planas tienen

condiciones naturales superiores, lo que da como resultado una distribución equilibrada del patrimonio cultural inmaterial y la fácil formación de grandes áreas de reunión.

1.4.Organización gestora

El objetivo de este proyecto es establecer una fundación en cooperación con el Centro de Protección del Patrimonio Cultural Inmaterial de China. Los miembros estarán compuestos por representantes del Centro de Protección, representantes de las personas que mantienen la cultura inmaterial tradicional y otros representantes sociales implicados que pueden solicitar ingresar a la Fundación para convertirse en miembros. Los representantes del Centro Nacional y los representantes locales votan juntos para elegir el grupo de toma de decisiones y el gerente general.

Los fondos de la Fundación se generarán mediante la solicitud de fondos estatales y las donaciones recibidas para la protección del patrimonio cultural inmaterial. También se tienen en cuenta los ingresos de diversas actividades, los ingresos por productos y los ingresos por publicidad. Todo ello se utilizarán para continuar apoyando el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial. Al mismo tiempo, la Fundación seleccionará destacados grupos y proyectos destacados producidos por los herederos del patrimonio cultural inmaterial para apoyar su trabajo de protección y desarrollo.

1.5.Diagnostico transversal

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Dificultades en la unión de personas o grupos del patrimonio cultural inmaterial en un área geográfica amplia 	<ul style="list-style-type: none"> - Comercialización excesiva - Falta de cooperación - Falta de fondos
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Atrae la atención del público. - Ricos productos culturales - Profundizando en la influencia de la cultura tradicional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar el desarrollo económico y cultural local. - Más canales de comunicación. - Resolver los problemas de supervivencia de los artesanos tradicionales. - Cooperación con otras organizaciones de conservación o museos.

2. Definición del contenido del proyecto

2.1.Destinatarios

De acuerdo con el análisis ambiental y las características y dirección del proyecto, creo que el destinatario de este proyecto es el público en general que carece de un conocimiento relevante sobre el patrimonio cultural inmaterial. En las actividades durante todo el año, se llevarán a cabo diferentes acciones de acuerdo con distintos grupos de edad y se diseñarán diferentes productos.

Además de las exposiciones en Shanghai, las exposiciones anuales que se realizan en todo el país resultarán atractivas para la población local. Las actividades de la población local estimularán la protección del patrimonio cultural inmaterial. Además, las exposiciones anuales en todo el país también serán un destino indispensable para los visitantes que deseen explorar una ciudad o entorno determinado y comprender su historia y su cultura.

2.2.Contenido

Para lograr el objetivo de mejorar la protección pública del patrimonio cultural inmaterial a través de las industrias culturales y creativas, todo el proyecto tendrá tres fases.

I. Cooperar con el Centro Nacional del Patrimonio Cultural Inmaterial para promover este proyecto y que se reclute personal para la Fundación. Abrir una pequeña sala de exposiciones en las ciudades de dos de las áreas del patrimonio cultural inmaterial, Beijing y Shanghai.

II. Celebrar un concurso cultural y creativo para la protección del patrimonio cultural inmaterial. Recoger obras relevantes, exhibir obras excelentes y producir recuerdos relacionados para la venta. Cooperar con museos de todo el país para realizar exhibiciones locales del patrimonio cultural inmaterial.

III. Colaborar con la marca para lanzar una serie de productos creativos de patrimonio cultural inmaterial para satisfacer las necesidades de diferentes grupos de edad y abrir tiendas en línea.

A través de las tres etapas anteriores, se generarán fondos suficientes y la atención pública necesaria para la protección del patrimonio cultural inmaterial.

2.3.Objetivos

- Localizar y proteger el patrimonio cultural inmaterial en peligro de extinción.
- Ayudar a diferentes personas a comprender el patrimonio cultural inmaterial y protegerlo a través de diferentes actividades y productos.

- Resolver el problema de supervivencia de los artesanos que trabajan con patrimonio cultural inmaterial.
- Desarrollar industrias creativas relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial y establecer buenas relaciones comerciales.
- Realizar exposiciones de alta calidad regularmente.

2.4.Estrategias

- Coorganización de eventos con otros centros de protección cultural.
- Establecimiento de un precioso fondo de protección del patrimonio cultural inmaterial.
- Producción de series de documentales relacionadas.
- Establecimiento de premios para creadores sobresalientes para recompensar ideas relevantes para el patrimonio cultural inmaterial.
- Cooperación comercial con diferentes marcas y lanzamiento de productos temáticos para todas las edades.

2.5.Actividades

Abrir un concurso cultural y creativo para la protección del patrimonio cultural inmaterial, establecer bonificaciones y recopilar obras relevantes. Este ciclo de actividad sería una vez al año.

La exposición del patrimonio cultural inmaterial se llevará a cabo en la sala de exposiciones de Beijing y Shanghai, y el tema se cambiará una vez

al mes. Al mismo tiempo, después de trabajar con otros museos regionales, se realizarán exposiciones temáticas en el museo cooperativo.

Además de una serie de exposiciones, la sala de exposiciones ofrecerá actividades culturales y creativas para el patrimonio cultural inmaterial de todas las edades.

Adultos

- Experimentando cultural y creativa del producto.
- Curso de artesanía tradicional del patrimonio cultural inmaterial
- Visualización documental

Para niños / adolescentes

- Experimentando de juego de tema de patrimonio cultural inmaterial
- Curso de estudio de patrimonio cultural inmaterial para niños y adolescentes
- Actividades local.

3. Producción del proyecto

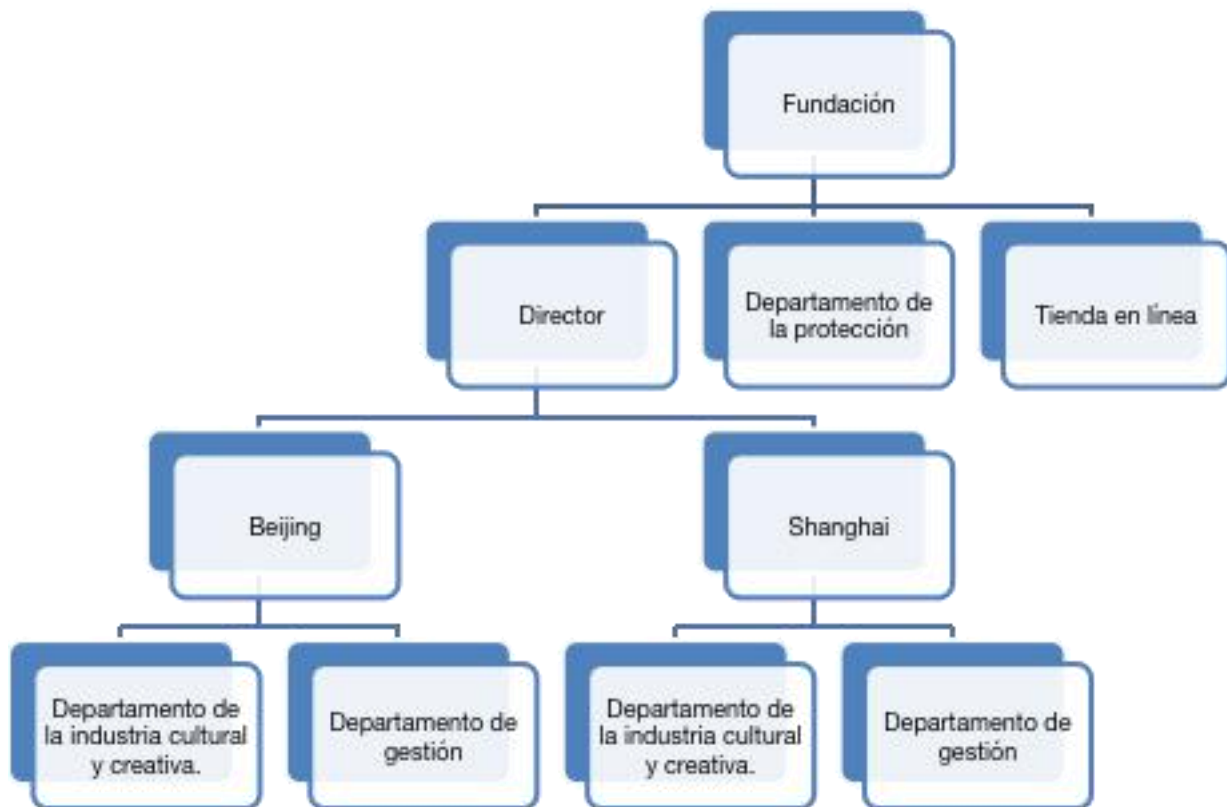
3.1. Planificación. Cronograma

Para la organización de todas las tareas previas necesarias a la inauguración de la exposición ha realizado un cronograma. Asimismo para la organización de cada una de las actividades que se realiza a lo largo de cada año de funcionamiento de la sala de exposiciones se ha elaborado un calendario con cada una de las actividades.

Tarea	Cronograma
Exposiciones	Todo el año
Concurso cultural y creativo	Enero de cada año
Tiendas en línea	Todo el año

Actividades	Horario
Exposiciones	Martes a domingos de 10:00 a 20:00
Experimentación cultural y creativa del producto	Martes a domingos de 10:00 a 20:00
Curso de artesanía tradicional	Martes a viernes de 17:00 a 20:00
Visualización documental	Martes de 10:00, 14:00, 18:00
Experimentación de juego de tema	Sábado y domingos de 14:00 a 18:00
Curso para niños	Sábado y domingos de 10:00 a 14:00
Actividades local	Vacaciones de verano

3.2. Organización y recursos humanos



Para llevar a cabo el proyecto, tendría la Fundación, quién sería la encargada de contratar el director y a cada una de las personas que se harán cargo de los departamentos de Beijing y Shanghai.

El director se encargará del trabajo de gestión de las dos areas y necesitará el visto bueno de la Fundación.

El departamento de la industria cultural y creativa se encargará de los concursos culturales y creativos, los diseños de productos y la búsqueda de socios de marcas etc.

El departamento de gestión se encargará principalmente los asuntos diarios y las actividades de la sala de exposiciones.

3.3. Infraestructuras

Para realizar este proyecto, se utilizarán las salas de exhibición en Beijing y Shanghai bajo la consideración de “parque de arte tradicional” o “parque creativo”. De acuerdo con el área específica, la sala de exposiciones se dividirá en cuatro partes: el área de exposiciones, el área de actividades, el área de oficinas y la tienda. Los muebles, equipos audiovisuales y suministros se comprarán de acuerdo con las diferentes necesidades de cada área.

Teniendo en cuenta el almacenamiento de productos de la tienda en línea y los arreglos presupuestarios razonables, el almacén se alquilará en las ciudades cercanas de Beijing y Shanghai.

3.4.Comunicación

Para la difusión y divulgación del proyecto se contemplarán diversos medios de comunicación tanto internos como externos tal como se muestran a continuación:

- Medios internos

Diseño de una serie de folletos, carteles y videos promocionales, etc. presentados en la sala de exposiciones. Los carteles, folletos, etc. se actualizarán de acuerdo con los diferentes temas de cada mes, y los visitantes podrán acceder a ellos de forma gratuita. Las tiendas también cambian según el tema de la exposición, ofreciendo muestras de cada producto.

- Medios externos

La sala de exposiciones y los eventos se promocionarán a través de una serie de canales diferentes. Primero a través de medios tradicionales, televisión y radio; segundo a través de Internet, es decir, nuevos medios y redes sociales, web video y similares. Se crearán sitios web independientes del proyecto, cuentas de redes sociales y aplicaciones para publicar diversos eventos, noticias e información de productos.

Para algunos eventos importantes, como la inauguración de la exposición, se invitará a asistir al gobierno y las universidades, así como a las fundaciones.

3.5.Financiación y presupuesto

El presupuesto aproximado se prepara para el primer año del proyecto, como un plan a largo plazo. Los costos para los años siguientes se reducirán.

Concepto	Precio	Total
Adquisición y remodelación de los locales	¥ 3,835,650 € 479,456	¥ 6,315,314 € 789,414
Exposición permanente	¥ 667,192 € 83,399	
Exposiciones temporales	¥ 120,232 € 15,029	
Concursos y premios	¥ 100,000 € 12,500	
Diseño y publicidad	¥ 41,840 € 5,230	
Talleres	¥ 30,400 € 3,800	
Persona fijo de las salas de exposiciones	¥ 1,440,000 € 180,000	
App	¥ 30,000 € 3,750	

Tienda en línea	¥ 50,000	
	€ 6,250	

Además de las subvenciones de proyectos nacionales, la principal fuente de presupuesto serán los proyectos de inversión y las tarifas de licencia para la cooperación con las marcas. Después de darse cuenta de la rentabilidad de los bienes culturales y creativos, este ingreso se convertirá en la principal fuente para expandir la escala de las exposiciones e invertir en el uso, difusión y protección del patrimonio cultural inmaterial.

4. Proceso de evaluación

El departamento de exposiciones y el departamento de la tienda en línea se reunirán cada tres meses para evaluar el evento de tres meses y la venta de productos, estudiando la posibilidad de mejora y el lanzamiento de nuevos productos. Además de estas reuniones trimestrales, se realizará una reunión al final de cada año para discutir la ruta operativa y las actividades del proyecto para el próximo año. El departamento de protección también participará en la reunión a finales de año, que resumirá el progreso de los proyectos de patrimonio cultural inmaterial durante un año.

El informe de evaluación se realizará a través de encuestas en línea, exposiciones y visitas a tiendas para comprender la satisfacción de los

participantes con la exposición, las actividades del proyecto y los productos culturales y creativos. El informe de evaluación se entregará a la Fundación y determinará la exposición, el evento y el lanzamiento del producto del próximo año.

En el primer año, el objetivo es lograr la atención básica del público al proyecto. En los próximos años, a través de las nuevas actividades para mantener el desarrollo sostenible del proyecto, se generarán ganancias suficientes para lograr la finalización de los nuevos y viejos proyectos.

5. Bibliografía

SUN XUEJIE, “El status quo, los problemas y las contramedidas de la protección del patrimonio cultural inmaterial de China” (Fecha de consulta: 2018.11.02)

YANG MING, “La situación realista y la contramedida de la protección del patrimonio cultural inmaterial” (Fecha de consulta: 2014.11.17)

XING LI, “Investigación y desarrollo del folclore y protección del patrimonio cultural inmaterial” (Fecha de consulta: 2019.3.26)

Webgrafía

Web del patrimonio cultural inmaterial de China <http://www.ihchina.cn/>

Las industrias culturales y creativas.

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%96%87%E5%8C%96%E5%89%B5%E6%84%8F%E7%94%A2%E6%A5%AD>

Las industrias culturales y creativas del museo

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8D%9A%E7%89%A9%E9%A6%86%E6%96%87%E5%88%9B>

La distribución espacial del patrimonio cultural inmaterial nacional.

http://www.sohu.com/a/257774023_160257

The Place Museum <https://www.dpm.org.cn/Home.html>

Documental : Master in Forbidden City

<https://www.youtube.com/watch?v=m81MOraQtz0>

ANEXO 1 Las industrias culturales y creativas del museo del palacio

- *La Ciudad Prohibida de Pekín*

La Ciudad Prohibida de Pekín es el palacio de los 24 emperadores de las dinastías Ming y Qing. Fue construida en 1406 y se terminó en 1420. Tiene una superficie de 720,000 metros cuadrados y tiene un área de construcción de aproximadamente 150,000 metros cuadrados. Es la escala existente en el mundo. El edificio del palacio más grande. La Ciudad Prohibida es el Museo de palacio. La colección se basa en las colecciones de la corte de las Dinastías Ming y Qing. Es un museo nacional de primera clase, con el Museo del Hermitage de Rusia, el Museo del Louvre francés, el Museo Metropolitano de los Estados Unidos y el Museo Británico del Reino Unido. Museo

- *El desarrollo de Industrias culturales y creativas del museo del palacio*

- 2008 Estableció el Centro Cultural y Creativo del museo del palacio nacional
- 2013 La cinta “i know” lanzada por el Museo Nacional del Palacio en Taipei fue del agrado de todos en Internet.
- 2014 La imagen creativa del emperador Yongzheng de Dinastía Qing se hizo popular en Internet.
- 2016.1 Documental: Master in Forbidden City

- 2016.6 Cooperó con la Compañía Alibaba para abrir boletos, productos de Industrias culturales y creativas, y publicó, tres tiendas principales en Internet.
- 2016.7 El programa que cooperó con Tencent en julio de 2016 se hizo popular en Internet.
- 2016.9 Cooperó con Phoenix Satellite TV para lanzar una variedad de trabajos de VR.
- 2017.1 Colabora con revistas de moda para crear conjuntos de collar.
- 2017.1 Colabora con conocidos juegos para lanzar productos.
- 2017.1 Se lanzó la caja de regalo de mediados de otoño con famosas marcas de comida.
- 2017.8 Kindle y la Ciudad Prohibida lanzan una caja de regalo.
- 2017.12 Cooperó con otros 8 museos principales
- 2018.12 Cafetería de la Ciudad Prohibida está abierta.

Una serie de actividades han llevado los ingresos de la Ciudad Prohibida de 150 millones de yuan en 2008 a 1.500 millones de yuan en 2018.

- *la disputa de Industrias culturales y creativas del museo del palacio*

Al mismo tiempo, el proceso de comercialización del museo del palacio ha causado muchas controversias, como la conveniencia de abrir un restaurante y café en un palacio tradicional, la crisis de piratería de los

productos de Industrias culturales y creativas y el problema del control de calidad de los productos etc.





DT财经 | 数据统计时间: 2019年1月7日

数据来源: 根据公开资料整理

ANEXO 2 Elementos publicitarios

ENERO
31





昆曲艺术

INAUGURACIÓN

Centro de Protección del Patrimonio
Cultural Inmaterial

La sala de exposiciones
10:00 a.m.
M50, SHANGHAI

CPPCI@GMAIL.COM

中国非物质文化遗产保护成果展



中国非物质文化遗产专题展



LOS PATRIMONIOS CULTURALES INMATERIALES



artesanía tradicional



el folclore



la música tradicional



el arte popular



El patrimonio cultural inmaterial nacional forma un tipo estructural caracterizado por la artesanía tradicional y los dramas tradicionales, la medicina tradicional y las acrobacias. La literatura popular, la ópera popular, la medicina tradicional y las acrobacias se basan en el boca a boca o la herencia entre individuos, lo que es propenso a la pérdida y resulta en menos proyectos. La distribución del patrimonio cultural inmaterial de China ha formado dos áreas de alta densidad, tres áreas de secundaria densidad y varias pequeñas. Entre ellos, hay dos áreas de alta densidad, una con Beijing-Tianjin-Hebei como núcleo, que irradia tres provincias de Hebei, Shandong y Tianjin; la otra con el Delta del río Yangtze como núcleo, que irradia cuatro provincias de Shanghai, Jiangsu, Anhui y Zhejiang.

Debido a la expansión del entorno de vida humana y la reubicación de los herederos, el patrimonio cultural inmaterial se extiende y se fusiona entre sí para formar una distribución contigua. Además, las áreas relativamente cerradas y las áreas fronterizas provinciales a menudo producen culturas especiales, evitando el impacto de las culturas extranjeras, mientras que las vastas áreas planas tienen condiciones naturales superiores, lo que resulta en una distribución equilibrada del patrimonio cultural inmaterial y la fácil formación de grandes áreas de reunión.

la protección de patrimonio cultural inmaterial en China

En la segunda mitad del siglo XX, la protección del patrimonio cultural inmaterial se convirtió gradualmente en un problema internacional, y organizaciones internacionales relevantes como la UNESCO también introdujeron la Convención para la Protección de la Cultura Inmaterial.

En China, la investigación y protección del patrimonio cultural inmaterial también ha comenzado. Sin embargo, hasta ahora, todavía hay muchas artesanías tradicionales que se han incluido en la lista del patrimonio cultural inmaterial o que no se han ingresado. La razón es que el patrimonio cultural inmaterial es la riqueza de los seres humanos vivos, a menudo en forma de tecnología de proceso o conocimiento. Estas artesanías tradicionales se enfrentan al destino de ser eliminadas en el fondo de los tiempos. Aquellos que heredan estas culturas no pueden apoyarse en esta capacidad de mantener su sustento, lo que lleva a la desaparición gradual de los herederos y la herencia posterior.



HORARIO

Exposiciones

Martes a domingos de 10:00 a 20:00

DIRECCIÓN

M50, SHANGHAI



Exposición

